



Aphorismen und das Urheberrecht im Netz

„Ich schreibe und veröffentliche in Zeitungen, Büchern und auf einschlägigen Portalen im Internet Aphorismen, zu denen die Rechte bei mir liegen. Nun entdecke ich in Suchmaschinen unter meinem Namen immer mehr [...] meiner Sprüche auf privaten und kommerziellen Websites, ohne dass meine Einwilligung dazu vorliegt. Viele der „abgekupferten“ Sprüche dienen sogar als Werbeslogan und Unternehmenslogo [...]. Ich habe nichts gegen diese Art der Verbreitung, zumal sie, da meine Urheberschaft meist angegeben ist, ja auch Werbung für das Werk bedeutet. Ich wehre mich aber wohl gegen Textveränderungen und Verfälschungen, was oft zu Sinnwidrigkeiten sowohl der Spruchaussage selbst führt als auch zu Fehlinterpretationen für die damit beworbene Website. Einschlägige Protestmails blieben ohne Antwort. Was ist dagegen zu tun?“

Dazu meint Professor Lutz:

Kurze, prägnante, rhetorisch gelungene Sinnsprüche, also Aphorismen, sind gerade wegen der gelungenen kurzen Zusammenfassung immer ein urheberrechtlich geschütztes Werk (§ 2 UrhG).

Dem Schöpfer eines solchen Werkes, also seinem Verfasser, stehen auch sämtliche Urheberpersönlichkeits- und Verwertungsrechte zu: insbesondere das alleinige Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (§ 19a UrhG), zum Beispiel das Recht zur Nutzung auf einer Homepage.

Übernimmt jemand den von einem anderen geschaffenen Aphorismus und stellt ihn auf eine private oder kommerzielle Website oder nutzt ihn als Werbeslogan, Unternehmenslogo et cetera, verletzt er regelmäßig die dem Urheber alleine zustehenden Verwertungsrechte. Nennt er darüber hinaus den Autor oder die Autorin nicht, so verletzt er auch die Urheberpersönlichkeitsrechte, insbesondere das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft (§ 13 UrhG). Geht der Nutzer noch einen Schritt weiter und ändert und verfälscht den Text, sodass er sinnwidrig wird, so liegt eine Entstellung (§ 14 UrhG) vor, also ein weitergehender Eingriff in das Urheberpersönlichkeitsrecht. (In Ordnung ist die Nutzung nur als Zitat unter gleichzeitiger Angabe der Quelle. Mehr zum Zitatrecht: siehe *Federwelt* Nr. 106, Juni/Juli 2014.)

Wegen all dieser Verletzungen können Sie als Verfasser von dem jeweils widerrechtlich Nutzenden Unterlassung und Schadensersatz fordern. Es ist nicht damit getan, dass die Website-Betreiber den Spruch von der Seite nehmen, sondern sie müssen auch eine sogenannte *vertragsstrafbewehrte Unterlassungserklärung* abgeben. Nur durch eine solche Erklärung wird sichergestellt, dass die Website-Betreiber die Verletzung nicht zu einem späteren Zeitpunkt wiederholen.

Der Anspruch auf Schadensersatz (so man ihn geltend macht) entspricht häufig der üblichen Lizenzgebühr, kann aber auch einmal deutlich darüber hinausgehen.

Nutzt ein Fremder Ihre Aphorismen auf seiner Website, ohne Ihren Namen zu nennen, können Sie im Ausnahmefall fordern, dass dieser das gegen ihn gefällte Urteil auf seiner Website bekannt macht. Der Ausnahmefall tritt ein, wenn eine schwerwiegende Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts vorliegt.

Sie sehen in der Publikation Ihrer Aphorismen gemeinsam mit Ihrem Namen Werbung für Ihre Arbeit. Ich wäre da vorsichtig. Die angebliche Werbung haben Sie sich teuer erkaufte: Die Nutzer haben Ihnen ja keine Lizenzgebühren gezahlt.

Professor Dr. jur. Peter Lutz ist Mitherausgeber des 2012 im Uschtrin Verlag erschienenen Ratgebers „Traumziel Buch – und wie Sie es erreichen. In 24 Trainingsstunden fit für Verlage und Verträge! Ein Workout für Autorinnen und Autoren“. www.uschtrin.de/produkte/weitere-bücher/traumziel-buch